

Falsa competencia en el supermercado

Escrito por ADICAE Centrales - 30/06/2014 11:25

A veces la diversidad de marcas entre las que puede elegir un consumidor resulta abrumante. Sin embargo, eso no quiere decir que sea libre para escoger. La gran mayoría de productos alimentarios son propiedad de unas pocas empresas. Les ponemos nombres.

“¿Qué mayonesa compro?”, se puede preguntar un consumidor ante un lineal del supermercado. “¿Me llevo Hellman's, Ligeresa o Calvé?”. Sea cual sea la que se lleve a casa, al final de la cadena quien saldrá ganando es la multinacional británica Unilever, propietaria de las tres marcas, y de otras ocho (Frigo, Tulipan, Knorr...) en todo el mercado español. Como este, son varios los ejemplos de grandes corporaciones que poseen varias marcas y que contribuyen a la falsa sensación de una gran oferta y competencia en el sector de la alimentación.

Quesitos El Caserio, galletas Fontaneda, café Saimaza, chicles Trident, levadura Royal, caramelos Halls... Son algunas de las decenas de marcas de Mondelez Internacional, una mastodóntica multinacional estadounidense, con sede en Chicago, que cuenta con ingresos anuales de aproximadamente 25.000 millones de euros y opera en más de 165 países. Esta empresa es la sucesora de la antigua Kraft, nombre con el que todavía conserva para algunos de sus productos, como las salsas y bajo el que opera en Estados Unidos.

Si el negocio de Mondelez parece apabullante, queda ensombrecido por la compañía agroalimentaria más grande del mundo, la suiza Nestlé que comercializa desde agua mineral a piensos para animales. El volumen global de negocio de esta multinacional en 2013 fue de más de 75.000 millones de euros, cifra próxima a la totalidad del Producto Interior Bruto de un país como Marruecos para ese mismo año. Además de los productos que llevan su nombre tal cual, fácilmente identificables, como el popular chocolate o las papillas para bebés, hay un sinfín de marcas de lo más variado que pertenecen a esta firma. Así, por ejemplo, el café Nespresso y el Bonka, el cacao Nesquick, helados La lechera, tomate frito Solis, purés Maggi...

Menos dominante en España, pero también poderosa, aparece la estadounidense General Mills, una corporación con más de 100 marcas en todo el mundo. En España comercializa el maíz Gigante Verde, helados Häagen-Dazs y la línea de comida mexicana Old El Paso.

Hasta un cereal tan humilde como el arroz tiene un gran propietario en España. Populares marcas como Brillante, Sos, La Fallera o La Cigala pertenecen a una única empresa, Ebro Foods. Este gigante es el líder mundial en el sector del arroz y segundo en el de la pasta. En total, suma más de 50 marcas repartidas por varios países. Controlada mayoritariamente por la familia Hernández, Ebro Foods cotiza en bolsa y tiene también en su accionariado a la familia March, a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales y a Damm. En 2012 alcanzó una cifra de negocio de 2.041 millones de euros.

Otra empresa española que está en todos los supermercados es Campofrío. Aunque tiene sede en Madrid y lleva un par de navidades haciendo gala de su españolidad en sus campañas publicitarias, su propiedad se reparte mayoritariamente entre el grupo mexicano Sigma y el chino Shuanghui International Holdings. Esta multinacional tuvo un volumen de negocio en 2012 de 1.918 millones de euros. Sus artículos más señeros en España son diversos productos de charcutería Campofrío, salchichas Oscar Mayer, embutidos Revilla y jamón y embutidos Navidul. En realidad, dentro de un mismo sector, Campofrío ocupa distintos nichos de mercado, desde las salchichas 'populares' a los embutidos 'gourmet', pasando por los fiambres de dieta.

La posición de mercado de Campofrío en su ámbito se ve superada por EIPozo, propiedad del holding

agroalimentario Grupo Fuertes, que en 2011 tuvo una facturación de 1.106 millones de euros. Bajo este conglomerado se agrupan las empresas Agrifusa (dedicada a la agricultura), Cefusa (ganadería), ElPozo Alimentación, Procavi (carne de pavo), Sediasa (centros de fraccionamiento y preparación alimentario), Fripozo (alimentos ultracongelados), Aquadeus (agua mineral natural), Bodegas Luzón (vinos) y Palancares Alimentación (quesos y productos lácteos). ElPozo, y la marca superior Legado Ibérico, producen un sinfín de productos cárnicos, tanto elaborados como al natural.

Estos son solo algunos casos de compañías que dominan en los lineales de los supermercados. Hay otras más, que no necesariamente operan bajo distintas marcas, pero que aún así tienen una amplia presencia con gamas o productos diferentes. Por tanto, al ya de por sí apabullante dominio de las grandes cadenas de distribución en el mercado español, hay que sumar que a su vez hay otro puñado de grandes empresas que dominan la producción y venta de alimentación. A su vez, como ya ha informado La Economía de los Consumidores, la gran banca está detrás de hasta 25 empresas alimentarias en España.

Los consumidores deben ser conscientes de este hecho y tomar sus decisiones de compra de forma informada, sabiendo que hay otras opciones, como la compra de productos locales, que supone la mejor manera de saber el origen y métodos de producción de los alimentos que llegan a nuestra mesa a diario.

Más información aquí: <http://laeconomíadelosconsumidores.adicae.net/index.php?articulo=2290>

=====